**د. فضيل رابح**

المدرسة العليا للإحصاء والاقتصاد التطبيق / **inps** سابقا

مداخلة بعنوان:

# التجارة الالكترونية: المفاهيم، الأشكال والمزايا

**ملخص:**

تتمحور هذه الورقة حول المفاهيم والأسس التجارة الالكترونية، و مميزاتها ومزاياها أشكالها، كما تتطرق إلى بعض معوقات هذه التجارة، و عن مدى تنامي التجارة الالكترونية في الدول العربية، و في الأخر خلاصة تدور حول حتمية التعلم والعمل بالتجارة الالكترونية.

Cet article s’intéresse aux concepts, aux fondements du e-commerce ainsi qu’à ses caractéristiques, ses avantages et ses différentes formes. Il traite également certaines contraintes de ce type de commerce et l’ampleur de sa croissance dans les pays arabes. Il se termine par une conclusion sur le caractère inévitable de l'enseignement et de l’utilisation du e-commerce.

## أولا: ماهية وتعريف التجارة الإلكترونية

تعتبر التجارة الإلكترونية واحدة من التعابير الحديثة والتي أخذت بالدخول إلى حياتنا اليومية حتى أنها أصبحت تستخدم في العديد من الأنشطة الحياتية والتي هي ذات ارتباط بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

### 1- مفهوم التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية تعبير يمكن أن نقسمه إلى مقطعين، حيث أن الأول، وهو "التجارة"، والتي تشير إلى نشاط اقتصادي يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد وتحكمه عدة قواعد وأنظمة يمكن القول بأنه معترف بها دولياً، أما المقطع الثاني "الإلكترونية" فهو يشير إلى وصف لمجال أداء التجارة، ويقصد به أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية مثل الإنترنت.

وتمثل التجارة الالكترونية واحدا من موضوعي ما يعرف بالاقتصاد الرقمي الرقمي فتقنية الإلكترونية و تقنية المعلومات أو صناعة المعلومات في عصر الحوسبة والاتصال هي التي خلقت الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الإلكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية للتنفيذ وإدارة النشاط التجاري .

والتجارة الالكترونية هي تنفيذ و إدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة ، ويمتد المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة ،الأول ، خدمات ربط أو دخول الإنترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني ومثالها الواضح الخدمات المقدمة من مزودي خدمات.والثاني ، التسليم أو التزويد . والثالث استعمال الإنترنت كواسطة أو وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المسلمة

بطريقة غير تقنية ( تسليم مادي عادي) وضمن هذا المفهوم يظهر الخلط بين الإعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية واستغلال التقنية في أنشطة التجارة التقليدية.

وفي الواقع التطبيقي ، فان التجارة الإلكترونية تتخذ أنماطا عديدة ، كعرض البضائع والخدمات عبر الانترنت وإجراء البيوع بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية مع إجراء عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية او بغيرها من وسائل الدفع ، وإنشاء متاجر افتراضية او محال بيع على الإنترنت ، والقيام بأنشطة التزويد والتوزيع والوكالة التجارية عبر الإنترنت وممارسة الخدمات المالية وخدمات الطيران والنقل والشحن وغيرها عبر الإنترنت .

أما من حيث صور التجارة الالكترونية فيندرج في نطاقها العديد من الصور أبرزها تلك التي تشمل العلاقات التجارية بين جهات الإعمال والمستهلك ، وبين مؤسسات الإعمال فيما بينها وهما الصورتان الأكثر شيوعا وأهمية في نطاق التجارة الالكترونية في وقتنا الحاضر ، وبين قطاعات حكومية وبين المستهلك وبين قطاعات حكومية وبين مؤسسات الإعمال ، طبعا في إطار علاقات ذات محتوى تجاري ومالي(1) .

**2- التجارة الإلكترونية اتجار بالخدمة لا بالبضائع**

صنفت التجارة الإلكترونية عالميا، في إطار مسعى منظمة التجارة العالمية إلى إيضاح طبيعتها وإطارها القانوني، ضمن مفهوم الخدمات، وقد تقرر ذلك في التقرير الصادر عن مجلس منظمة التجارة الدولية الخاص بالتجارة في الخدمات.

باعتبار أن الاتفاقية تطبق على كافة الخدمات GATS للتجارة في الخدمات بغض النظر عن طريقة تقديمها ، ولان العوامل المؤثرة على التزويد الإلكتروني للخدمات هي نفسها التي تؤثر على تجارة الخدمات، ومن هنا تخضع عمليات تزويد الخدمة بالطرق التقنية ، إلى كافة نصوص اتفاقية التجارة العامة في الخدمات ،سواء في ميدان المتطلبات أو الالتزامات ، بما فيها الالتزام بالشفافية ، التنظيم الداخلي ،المنافسة ، الدفع والتحويلات النقدية

دخول الأسواق ، المعاملة الوطنية ، والالتزامات الإضافية ، هذا مع مراعاة أن هناك حاجة لتحديد الموقف من عملية تسليم البضائع المنتجة بطرق تقنية وهناك حاجة لتصنيف البضائع وذلك لتحديد ما إذا كانت هذه الأنشطة تخضع للاتفاقية العامة للتجارة في البضائع للاتفاقية التجارة في الخدمات

**3- الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية**

E-COMMARCE يشيع لدى الكثيرين استخدام اصطلاح التجارة الإلكترونية غير ان هذا خطأ شائع لا يراعي E-BUSINESS لاصطلاح الأعمال الإلكترونية والفرق بينهما هو أن الأعمال الالكترونية أوسع نطاقا واشمل من التجارة الالكترونية ، وتقوم الإعمال الإلكترونية على فكرة أتمتة الأداء في العلاقة بين إطارين من العمل ، وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدماتية ، ولا تتعلق فقط بعلاقة البائع أوالمورد بالزبون ، إذ تمتد لعلاقة المنشأة بوكلائها وموظفيها وعملائها ، كما تمتد إلى انماط اداء العمل وتقييمه والرقابة عليه ، وضمن مفهوم الاعمال الالكترونية ، يوجد المصنع الالكتروني المؤتمت ، والبنك الالكتروني ، وشركة التأمين الالكترونية ،والخدمات الحكومية المؤتمتة والتي تتطور مفاهيمها في الوقت الحاضر نحو مفهوم أكثر شمولا هو الحكومة الالكترونية وأية منشأة قد تقيم شبكة ( انترانت مثلا ) لإدارة أعمالها وأداء موظفيها والربط بينهم .

في حين أن التجارة الالكترونية نشاط تجاري وبشكل خاص تعاقدات البيع والشراء وطلب الخدمة وتلقيها بآليات تقنية وضمن بيئة تقنية.كما ان والفرق بينهما يتمثل في طرفي العلاقة التعاقدية ، وفي محل وهدف التبادل الالكتروني .

**4- البيئة العامة للتجارة الالكترونية**

ثمة حقيقة منطقية ، لا تجارة الكترونية بدون وسائل إلكترونية ، وقطعا ، فان المعبر عن وسائل التكنولوجيا المدمجة هو نظام الكمبيوتر ، بمعناه الواسع الذي يتيح الربط بينه وبين غيره من الأنظمة لضمان تبادل المعلومات وانتقالها وتحقيق عمليات الدخول إلى النظام ومنه إلى الأنظمة الأخرى .

فالتجارة الالكترونية إنما هي شبكة وحلول وموقع ومحتوى كمبيوتر يتيح إدخال البيانات ومعالجتها وتصميم عرضها واسترجاعها ، و**شبكة** تتيح تناقل المعلومات باتجاهين ، من النظام واليه ، و**حلول** تتيح إنفاذ المنشأة لالتزاماتها وإنفاذ الزبون لالتزاماته كحلول أو برمجيات التجارة الالكترونية ) ، و**موقع** على الشبكة لعرض المنتجات او الخدمات وما يتصل بها اضافة الى انشطة الاعلام وآليات التسويق ، و**محتوى** هو في ذاته مفردات الموقع من المنتجات والخدمات وما يتصل بها لكن ضمن اطار العرض المحفز للقبول والكاشف عن قدرات الموقع التقنية ( وتحديدا حلول التجارة الالكترونية ) والتسويقية.

وضمن هذا المفهوم العام لاحتياجات التجارة الالكترونية ، تنطوي كافة وسائل ممارسة أنشطتها من أجهزة وبرمجيات وحلول وشبكات اتصال ووسائل اتصال وتبادل للبيانات واشتراكات على الشبكة وحلول بشأن امن المعلومات وتنفيذ عمليات الوفاء بالثمن وتقديم الخدمات على الخط ولان الانترنت، هي شبكة الشبكات ، فقد ارتبط نماء التجارة الالكترونية ،

بل وجودها في وقتنا هذا بشبكة الانترنت . فلقد غيرت الإنترنت وجه عالم التجارة والأعمال ، وقد ساهمت شبكات الإنترنت في تحقيق الوجود الفعلي للتجارة الإلكترونية .

الذي تتحول فيه ركائز ومحددات اقتصاديات المشاريع الكبرى ، من القيم المادية ، إلى القيم المعنوية : المعلومات والملكية الفكرية وامتلاك التكنولوجيا وإبداعات حلولها واستخداماتها . في هذه البيئة التقنية، كان لا بد أن يطال التغيير سلوكنا ، وان تتحول أنماط أعمالنا الاستثمارية من النمط اليدوي (المادي) إلى النمط التكنولوجي ( المعنوي بوجه عام ) ، لا في ميدان الإدارة ومعالجة البيانات وحفظها فحسب ، بل في كافة الميادين (2): إدارة النشاط المصرفي ، وإدارة حساباتنا المالية الخاصة ، وعمليات الإنتاج ، وإدارة شؤون العمل ،

وعلاقات المؤسسة بالزبائن والعملاء والوكلاء ، وتقديم الخدمات ، والتسويق ، والإعلان ، ..... الخ ، هذا التغير في السلوك كأثر طبيعي لشيوع التقنية العالية ، كان السبب الرئيس وراء ميلاد ونماء التجارة الالكترونية.

## 5- تعريف التجارة الإلكترونية

لا يوجد تعريف يمكن القول عنه على أنه تعريف متفق عليه دولياً للتجارة الإلكترونية، ولكن اجتهد المعنيون في هذا الشأن في إدراج العديد من التعاريف حول أدبيات موضوع التجارة الإلكترونية، محاولين الوصول إلى تعريف شامل وعام يقوم على خدمة المتعاملين في التجارة الإلكترونية، ومن هذه التعاريف:

1. منهج حديث في الأعمال موجه إلى السلع والخدمات وسرعة الأداء، ويتضمن استخدام شبكة الاتصالات في البحث واسترجاع المعلومات من أجل دعم اتخاذ قرار الأفراد والمنظمات
2. مزيج من التكنولوجيا والخدمات من أجل الإسراع بأداء التبادل التجاري وإيجاد آلية لتبادل المعلومات داخل مؤسسة الأعمال وبين مؤسسات الأعمال، وبين مؤسسات الأعمال والعملاء، أي عمليات البيع والشراء
3. إنتاج، وترويج، وبيع، وتوزيع المنتجات بواسطة شبكة اتصالات
4. عمليات تبادل باستخدام نظام تبادل البيانات الكترونيا والبريد الالكتروني والنشرات الإلكترونية والفاكس وتحويل الأموال بواسطة الوسائط الإلكترونية وكذلك كافة الوسائط الإلكترونية المشابهة
5. بنية أساسية تكنولوجية تهدف إلى ضغط سلسلة الوسائط استجابة لطلبات السوق وأداء الأعمال في الوقت المناسب
6. نوع من تبادل الأعمال حيث يتعامل أطرافه بطريقة أو وسيلة إلكترونية عوضاً عن استخدامهم لوسائط مادية أخرى بما في ذلك الاتصال المباشر
7. شكل من أشكال التبادل التجاري من خلال استخدام شبكة الاتصالات بين مؤسسات الأعمال مع بعضها البعض، ومؤسسات الأعمال وزبائنها، أو بين مؤسسات الأعمال والإدارة العامة
8. استخدام تكنولوجيا المعلومات لإيجاد روابط فعاله بين مؤسسات الأعمال في العمليات التجارية

9. نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المنتجين والمستهلكين، أو بين مؤسسات الأعمال وبعضها البعض من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

10. أداء العملية التجارية بين شركاء تجاريين باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة من أجل رفع كفاءة وفاعلية الأداء

ويمكن أن نخلص إلى تعريف يجمع بين التعاريف سالفة الذكر على النحو التالي: التجارة الإلكترونية هي "تنفيذ كل ما يتصل بعمليات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات باستخدام شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى الشبكات التجارية العالمية الأخرى"، ويشمل ذلك (3) :

1. عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات
2. سداد الالتزامات المالية ودفعها
3. إبرام العقود وعقد الصفقات
4. التفاوض والتفاعل بين المشتري والبائع
5. علاقات العملاء التي تدعم عمليات البيع والشراء وخدمات ما بعد البيع
6. المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات
7. الإعلان عن السلع والبضائع والخدمات
8. الدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن
9. تبادل البيانات إلكترونياً بما في ذلك:
    1. التعاملات المصرفية
    2. الفواتير الإلكترونية
    3. الاستعلام عن السلع
    4. كتالوجات الأسعار
    5. المراسلات الآلية المرتبطة بعمليات البيع والشراء

## ثانيا: التجارة الإلكترونية: المميزات والأشكال والمزايا

### 1 مميزات التجارة الالكترونية

توصف التجارة الإلكترونية والمطبقة على شبكة الإنترنت بعدة صفات أهمها:

1- 1 لا يوجد استخدام للوثائق الورقية المتبادلة والمستخدمة في إجراء وتنفيذ المعاملات التجارية، كما أن عمليات التفاعل والتبادل بين المتعاملين تتم إلكترونياً ولا يتم استخدام أي نوع من الأوراق. ولذلك تعتمد الرسالة الإلكترونية كسند قانوني معترف به من قبل الطرفين عند حدوث أي خلاف بين المتعاملين.

1- 2 يمكن التعامل من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية مع أكثر من طرف في نفس الوقت، وبذلك يستطيع كل طرف من إرسال الرسائل الإلكترونية لعدد كبير جداً من المستقبلين وفي نفس الوقت، ولا حاجة لإرسالها ثانية.

1- 3 يتم التفاعل بين الطرفين المتعاملين بالتجارة الإلكترونية بواسطة شبكة الاتصالات، وما يميز هذا الأسلوب هو وجود درجة عالية من التفاعلية من غير أن يكون الطرفان في نفس الوقت متواجدين على الشبكة.

1- 4 توفر تنسيق مشترك بين كافة الدول من أجل التنسيق وصدور قانون محدد لكل دولة مع الأخذ بعين الاعتبار قوانين الدول الأخرى، وهذا بدوره يعيق التطبيق الشامل للتجارة الإلكترونية.

1- 5 يمكن أن يتم بيع وشراء السلع غير المادية مباشرة ومن خلال شبكة الاتصالات، وبهذا تكون التجارة الإلكترونية قد انفردت عن مثيلاتها من الوسائل التقليدية والمستخدمة في عملية البيع والشراء، ومثال ذلك التقارير والأبحاث والدراسات والصور وما شابه ذلك.

1- 6 إن استخدام أنظمة الحاسبات المتوفرة في مؤسسات الأعمال لانسياب البيانات والمعلومات بين الطرفين دون أن يكون هنالك أي تدخل مباشر للقوى البشرية يساعد على إتمام العملية التجارية بأقل التكاليف وبكفاءة عالية.

## 2 أشكال التجارة الإلكترونية

### 2- 1 التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والمستهلك

توجد على شبكة الإنترنت العالمية مواقع للتجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والمستهلك وتقوم هذه المواقع بتقديم كافة أنواع السلع والخدمات، كما تقوم هذه المواقع باستعراض كافة السلع والخدمات المتاحة وتنفذ إجراءات البيع والشراء، كما يتم استخدام بطاقات الائتمان من أجل إتمام عمليات البيع والشراء، حيث يعتبر استخدام بطاقات الائتمان في عملية الدفع أكثر شيوعاً واستخداماً بين المستهلك ومؤسسات الأعمال، إضافة إلى إيجاد وسائل دفع إلكترونية أخرى ومطبقة بشكل واسع مثل الشيكات الإلكترونية ودفع النقد عند التسليم، أو أي طريقة أخرى يتم الاتفاق عليها من قبل الطرفين أصحاب العلاقة.

### 2- 2 التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والحكومة

في التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والحكومة تقوم الحكومة بعرض الإجراءات واللوازم والرسوم ونماذج المعاملات على شبكة الإنترنت بحيث تستطيع مؤسسات الأعمال أن تطلع عليها من خلال الوسائل الإلكترونية وأن تقوم بإجراء المعاملات إلكترونياً بدون التعامل مع مكاتب المؤسسات والدوائر الحكومية، وتقوم الحكومة الآن بالعمل على ما يسمى بالحكومة الالكترونية لإتمام تلك المعاملات إلكترونياً.

### 2- 3 التجارة الإلكترونية بين المستهلك والحكومة

في التجارة الإلكترونية بين المستهلك والحكومة يتم بين المستهلك والإدارة المحلية، مثل عملية دفع الضرائب حيث تتم إلكترونياً بدون الحاجة لأن يقوم المستهلك بمراجعة الدوائر الحكومية الخاصة بذلك.

## 3 مزايا التجارة الإلكترونية

كثيرة هي الدراسات والمقالات التي تتناول مميزات التجارة الالكترونية وأهمية اللجوء إليها واعتمادها نمطا رئيسا للنشاط التجاري في عصر طريق المعلومات فائق السرعة، ويمكننا بإيجاز عرض ابرز مميزات التجارة الالكترونية على النحو التالي:

### 3- 1 إيجاد وسائل اتجار توافق عصر المعلومات ·

ففي عصر المعلومات والاتجاه نحو قضاء ساعات طويلة أمام أجهزة الكمبيوتر ومواقع الانترنت ، تعدو الحاجة ملحة إلى توافق الأنماط التجارية مع سمات هذا العصر وسلوكياته ، من هنا مكنت التجارة الالكترونية من خلق أنماط مستحدثة من وسائل إدارة النشاط التجاري ، كالبيع عبر الوسائل الإلكترونية والتجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال.

وفي كلا الميدانين أمكن إحداث تغيير شامل في طريقة أداء الخدمة وعرض المنتج وتحقيق العرض الشامل لخيارات التسوق.

### 3- 2 الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد اعلي من الأنشطة التقليدية

إن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري ، وإذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية تسعى إلى تحرير التجارة في البضائع والخدمات ، فان التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة إلى جولات توافق ومفاوضات ، من هنا قيل إن التجارة الإلكترونية

تستدعي جهدا دوليا جماعيا لتنظيمها ابتداء لأنها بطبيعتها لا تعترف بالحدود والقيود القائمة وتتطلب أن لا تقيدها أية قيود .

**3- 3 تلبية خيارات الزبون بيسر وسهولة**

تمكن التجارة الإلكترونية الشركات من تفهم احتياجات عملائها وإتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع ، وهذا بذاته يحقق نسبة رضاء عالية لدى الزبائن لا تتيحه وسائل التجارة التقليدية ، فالزبون يمكنه معرفة الأصناف والأسعار وميزات كل صنف والمفاضلة وتقييم المنتج موضوع الشراء من حيث مدى تلبيته لرغبة وخيارات المشتري.

**3- 4 تطوير الأداء التجاري والخدمي**

فالتجارة الإلكترونية بما تتطلبه من بنى تحتية تقنية واستراتيجيات إدارة مالية وتسويقية وإدارة علاقات واتصال بالآخرين ، تتيح الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين ، وهي تقدم خدمة كبرى للمؤسسات في ميدان تقييم واقعها وكفاءة موظفيها وسلامة وفعالية بنيتها التحتية التقنية وبرامج التأهيل الإداري .

كما أن نمو التجارة الإلكترونية يحفز الأبحاث على إيجاد أساليب جديدة ومحسنة لاستخدام القسائم والشيكات الإلكترونية ، وفي هذه الأثناء، هناك أساليب أعمال جديدة تزدهر على الإنترنت والتي لم تكن ممكنة في العالم الواقعي. فعلى سبيل المثال، تبيع شركات عديدة متخصصة في التعامل مع الشركات فائض مخزونها عبر الشبكة بواسطة مزادات الإنترنت. وتتنبأ شركة "فورستر للأبحاث" أن المزادات بين الشركات عبر الإنترنت ستحقق مبيعات تتعدى 7.3 مليار دولار أميركي هذا العام فقط. والشيء الأكثر أهمية فيما يتعلق بمزادات الإنترنت هو تأثيرها على السعر المحدود ، ففي بيئة المزايدة ، لا يستطيع المنتج أو الموزع أن يحدد السعر بمفرده فسعر البضاعة أو الخدمة يتحدد فقط بحسب الطلب المسجل في السوق

**3- 5 تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر:** إن اعتماد الشركات على الإنترنت في التسويق، يتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أصقاع العالم دون انقطاع - طيلة ساعات اليوم وطيلة أيام السنة- مما يوفِّر لهذه الشركات فرصة أكبر لجني الأرباح، إضافة إلى وصولها إلى المزيد من الزبائن.

**3- 6 تخفيض مصاريف الشركات:** تُعَدّ عملية إعداد وصيانة مواقع التجارة الإلكترونية على الويب أكثر اقتصادية من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب. ولا تحتاج الشركات إلى الإنفاق الكبير على الأمور الترويجية، أو تركيب تجهيزات باهظة الثمن تُستخدَم في خدمة الزبائن. ولا تبدو هناك حاجة في الشركة لاستخدام عدد كبير من الموظفين للقيام بعمليات الجرد والأعمال الإدارية، إذ توجد قواعد بيانات على الإنترنت تحتفظ بتاريخ عمليات البيع في الشركة وأسماء الزبائن، ويتيح ذلك لشخص بمفرده استرجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات لتفحص تواريخ عمليات البيع بسهولة .

**3- 7 تواصل فعال مع الشركاء والعملاء:** تطوي التجارة الإلكترونية المسافات وتعبر الحدود، مما يوفّر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء. وتوفِّر التجارة الإلكترونية فرصة جيدة للشركات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدَّمة من الشركات الأخرى (أي الموردين)، فيما يُدعى التجارة الإلكترونية من الشركات إلى الشركات.

**3- 8 توفير الوقت والجهد:** تُفتَح الأسواق الإلكترونية بشكل دائم (طيلة اليوم ودون أي عطلة)، ولا يحتاج الزبائن للسفر أو الانتظار في طابور لشراء منتج معين، كما ليس عليهم نقل هذا المنتج إلى البيت. ولا يتطلب شراء أحد المنتجات أكثر من النقر على المنتَج، وإدخال بعض المعلومات عن البطاقة الائتمانية. ويوجد بالإضافة إلى البطاقات الائتمانية العديد من أنظمة الدفع الملائمة مثل استخدام النقود الإلكترونية

.

**3- 9 حرية الاختيار:** توفِّر التجارة الإلكترونية فرصة رائعة لزيارة مختلف أنواع المحلات على الإنترنت، وبالإضافة إلى ذلك، فهي تزوِّد الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات. ويتم كل ذلك بدون أي ضغوط من الباعة .

**3- 10 خفض الأسعار:** يوجد على الإنترنت العديد من الشركات التي تبيع السلع بأسعار أخفض مقارنة بالمتاجر التقليدية، وذلك لأن التسوق على الإنترنت يوفر الكثير من التكاليف المُنفَقة في التسوق العادي، مما يصب في مصلحة الزبائن .

**3- 11 نيل رضا المستخدم:** توفِّر الإنترنت اتصالات تفاعلية مباشرة، مما يتيح للشركات الموجودة في السوق الإلكتروني الاستفادة من هذه الميزات للإجابة على استفسارات الزبائن بسرعة، مما يوفِّر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم .

وتؤكد الدراسات على أن الحصول على الدعم لمفهوم التجارة الإلكترونية في جميع أقسام الشركة مسألة في غاية الأهمية. ويمكن الحصول على مثل هذا الدعم من خلال تثقيف الاطار(المسير) الإداري ومدراء التسويق وتقنية المعلومات والمالية ومسئولي المبيعات حتى يتسنى تمثيل جميع القطاعات في الشركة في القرارات التي تؤخذ بشأن التجارة الإلكترونية هذه ابرز مزايا التجارة الالكترونية التي تضعنا أمام فرصة استغلال هذا النمط من الأعمال لبلوغ أسواق قد لا تتيح التجارة التقليدية بلوغها ولإنشاء مشاريع برؤوس أموال صغيرة قد تناسب فرص الاستثمار في البيئة العربية (4).

## ثالثا: مستويات ومعوقات التجارة الإلكترونية

### 1- مستويات التجارة الإلكترونية

تلعب درجة تنفيذ الأنشطة الفرعية ذات الارتباط المباشر بأداء المعاملات التجارية دوراً بارزاً بتعدد مستويات التجارة الإلكترونية وذلك طبقا لدرجة الأنشطة. وتتراوح في الأداء بين مستوياتها المختلفة، فهنالك المستويات البسيطة والمستويات الأكثر تطوراً، على النحو التالي:

#### 1- 1 التجارة الإلكترونية ذات المستوى البسيط

يشمل هذا النوع من التجارة الإلكترونية الترويج للسلع والخدمات، إضافة إلى الإعلان والدعاية لتلك السلع والخدمات، بما فيها خدمات قبل وبعد البيع. وتتضمن التجارة الإلكترونية ذات المستوى البسيط عملية التوزيع الإلكتروني للسلع والخدمات وخصوصاً غير المادية منها، إضافة إلى التحويلات البسيطة للأموال وذلك عن طريق بوابات الدفع الإلكترونية.

#### 1- 2 التجارة الإلكترونية ذات المستوى المتقدم

يركز هذا النوع على عمليات وإجراءات الدفع التي تتم عبر الإنترنت، والتي تعتبر عملياً ذات مستوى يحتاج إلى توعية كبيرة من قبل المتعاملين على هذا المستوى. وتعتبر عمليات الدفع - سواء كانت على المستوى المحلي أو الوطني أو الدولي- عمليات ذات تطور متقدم وبحاجة إلى أخذ الحيطة والحذر عند التعامل على هذا المستوى.

### 2- معوقات استخدام التجارة الإلكترونية

يعود ضعف التعامل بالتجارة الإلكترونية في الدول النامية إلى عدة أسباب أهمها:

1. انخفاض مستوى دخل الفرد
2. عدم وجود وعي لما يمكن أن توفره تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية، الافتقار إلى ثقافة مؤسسات أعمال منفتحة على التغيير والشفافية
3. عدم كفاية البنية التحتية للاتصالات اللاسلكية والوصول بشبكة الإنترنت أو ارتفاع كلفة الوصول إلى شبكة الإنترنت (5)
4. الافتقار إلى الأطر القانونية والتنظيمية المناسبة
5. عدم استعمال اللغة المحلية والمحتوى المحلي
6. نقص المبادرة الفردية
7. الافتقار إلى نظم دفع يمكن في دورها أن تدعم الصفقات التجارية التي تجرى على شبكة الإنترنت
8. المقاومة الثقافية للتجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت

**رابعا :تنامي التجارة الإلكترونية والأسواق العربية**

**1- تنامي التجارة الإلكترونية**

لا يجد مستخدم الانترنت أي عناء في استظهار التطور الهائل والسريع لمواقع التجارة الالكترونية، فإذا كان واقع شبكة الانترنت في بداية إطلاقها يعكس ميلاد مواقع النشر الالكتروني التي تتضمن معلومات عامة وتعريفية وإعلامية فان السائد في وقتنا الحاضر ونحن في الأشهر الأولى من القرن الجديد ، شيوع مواقع التجارة الالكترونية ، حتى المواقع المعلوماتية البحتة ، أضافت إلى مواقعها مداخل لأنشطة التسويق والخدمات على الخط ولا يكاد يخلو موقع من نشاط استثماري ومالي ، بشكل مباشر أو غير مباشر.

إن معدلات الزيادة في مستخدمي الانترنت رافقها نماء وتطور محتوى المواقع العاملة على الانترنت، وذلك بإضافة خدمات إلكترونية ومداخل للبريد الإلكتروني والتواصل مع الموقع، وذلك في مختلف أنماط وأنواع المواقع العاملة.

**2- التجارة الالكترونية والأسواق العربية**

تشير الدارسات البحثية والإحصائية إلى أن اللغة العربية لا تمثل أكثر من 0.5 ٪ من مساحة الاستخدام على شبكة الانترنت ، وهذا يعد عائقا رئيسا أمام نجاح تجارة التسوق الالكتروني في المنطقة العربية ، فمشكلة اللغة تمثل عاملا مهما يعيق نشاط التجارة الالكترونية العربية ، كما أن عدم الوعي بوسائل التجارة الالكترونية وتحديدا وسائل الوفاء بالثمن عبر تقنيات الدفع النقدي وبطاقات الائتمان،وضعف الثقة بالجوانب الأمنية لحماية المعلومات مثلت عوامل حاسمة في ضعف شيوع هذا النمط المستحدث للأنشطة التجارية .

إن التحديات في حقل بناء تجارة الكترونية عربية ثلاثية الأبعاد فبعدها الأول ، يتعلق بمتطلبات البنى التحتية ، وهو تحد ذو طبيعة تقنية يتصل به تحديات بناء وتطويرالعنصرالبشري في حقل المعرفة التقنية وتحديات استراتيجيات إدارة مشاريع المعلوماتية في القطاعين العام والخاص وسلامة التعامل مع لغتها ومتطلباتها .

أما بعدها الثاني فيتمثل بتحديات البناء القانوني الفاعل المتوائم مع واقع المجتمع والمدرك لأبعاد التأثير على ما هو قائم من مرتكزات وقواعد النظام القانوني ، وهو تحد ذو طبيعة تنظيمية ، أما بعدها الثالث فيتمثل بتحديات التميز والاستمرارية والقدرة التنافسية ، وهو تحد يتصل بالإعمال أو على نحو أدق بمفهوم تطوير الإعمال.

ان غالبية الدول العربية لتزال تعاني من مشكلات البنى التحتية في حقلي الاتصالات والحوسبة ، عوضا عن النقص او عدم الاستثمار الكافي للكفاءات والاطارات المؤهلة للتعاطي مع تحديات البناء التقني الفاعل ، مع غياب استراتيجيات اعادة بناء مقاييس التعليم في حقل التكنولوجيا والمعلومات والتأهيل

والتدريب التطبيقي ووسائلها جميعا ، ويتصل بهذا البعد عدم تخطي غالبية الدول العربية مشكلات السياسات التسعيرية لبدل الخدمات الاتصالية وخدمات تزويد الانترنت ، وهو عامل حاسم في زيادة عدد المشتركين كمدخل ضروري لوجود سوق التجارة الالكترونية العربية ، وهو هنا ليس مجرد سوق مواقع التجارة الالكترونية وإنما في الأساس سوق المستخدم أو الزبون الذي يتيح بقاء وتطور هذه المواقع .

أما في البعد الثاني ، البعد التنظيمي ومنتجه الإطار القانوني المنظم للتجارة الالكترونية ،فانه وحتى الآن لم تقف المؤسسات التشريعية العربية بوجه عام وقفة شمولية أمام إفرازات عصر المعلومات وآثاره على النظام القانوني ويسود منطق التشريعات المبتسرة والحلول والتدابير الجزئية بدل الحلول الشاملة ، ونرى أن استراتيجيه التعامل مع أي من موضوعات تقنية المعلومات ، كالتجارة الالكترونية مثلا ، يتعين أن ينطلق من إحاطة شاملة بما يتصل بالموضوع مناط البحث ومحل التدابير(6)

إذ كيف يكون تشريع التجارة الالكترونية مثلا ذو فعالية وملائمة إذا لم يكن النظام القانوني المعني يعترفا مثلا بالحماية الجنائية للمعلومات من أخطار جرائم الكمبيوتر والانترنت ، أو كان النظام القانوني المعني لا يقبل حجية الوسائل الالكترونية ولا يعترف بمستخرجات الحاسوب بينة في الاثبات .

وأما البعد الثالث ، والمتعلق بتطوير الأعمال الالكترونية لضمان الاستمرارية والتنافسية ، فانه وان كان يعتمد ابتداء على اتساع رقعة الأعمال وعلى اتساع حجم سوق التجارة الالكترونية العربية فان بناء المشاريع الالكترونية العربية لا يعكس إقرارا حقيقيا بأهمية البعد ،و المطلوب ليس مجرد الوجود على الشبكة ، لان وجودا دون قدرة تنافسية وتطور دائم يعادل عدم الوجود بل ربما يكون الخيار الأخير اقل كلفة ويوفر خسائر الوجود غيرالفاعل على الشبكة .

وعقب دراسة شاملة اجرتها الجهات الحكومية والقطاع الخاص في الامارات العربية ،توصلت الحكومة الى ان ابرز عائق امام انتشار التجارة الالكترونية ، عدم الثقة بمستوى الامن القائم على شبكة الانترنت والخشية من ان تصبح التعاقدات وعمليات الدفع عرضة لصيد القراصنة الذين يوجهون اهتماما جرميا كبيرا لمواقع التجارة الالكترونية ، ولتجاوز هذا العائق الرئيسي ، وبغية توفير اكفأ بنية تحتية

لاطلاق التجارة الالكترونية ، فقد اسندت مهمة التجارة الالكترونية في الامارات الى مؤسسة الامارات للاتصالات - اتصالات ، وهي مؤسسة قطاع خاص .

**3- هل يمكن تجاهل التجارة الإلكترونية ؟؟**

أمام واقع ومفرزات عصر التقنية العالية ، ونماء استخدام وسائل التقنية ، وتزايد الاقتناع باعتمادها نمطا لتنفيذ الأعمال ومرتكزا ومحددا للتطور ، وفي ظل دخول غالبية الدول العربية منظمة التجارة الدولية ، وفي ظل متطلبات التجارة الدولية المتمثلة بتحرير التجارة في السلع والخدمات ، ودخول الشركات الأجنبية الأسواق العربية كجهات منافسة حقيقية ، ولما توفره التجارة الالكترونية من تسهيل عمليات التنافس إذا ما توفرت المكننة لتأديتها وتحققت متطلبات نجاح مشاريعها ، فان تجاهلها ،عوضا عن انه تعبير عن عدم القدرة على امتلاك أدواتها والتعامل مع تحديات عصر المعلومات ، يعدو مغالاة في المحافظة على الأنماط التقليدية التي يرى الباحثون أنها لن تصمد طويلا ، فالأنماط التقليدية للتجارة وان كانت لا تزال هي القائمة ، فان بنية تنفيذها تحولت شيئا فشيئا نحو استخدام الوسائل الالكترونية ، فإذا كانت المصارف لا تزال في غالبيتها تعتمد الوسائل العادية في تنفيذ طلبات الزبائن ، فإنها تعتمد على منظومة من تقنيات العمل المصرفي التي تحل فيها التكنولوجيا يوما بعد يوم في كافة مناحي النشاط المصرفي ، مما يجعل تجاهل التجارة الالكترونية في هذا المثال ، امتناعا عن التعامل مع الواقع الذي تعيشه فعلا هذه المؤسسات . ونفس القول يرد على كافة القطاعات ، أليس نشاط الشحن البحري مثلا ينفذ عبر سلسلة من الوسائط والوسائل التقنية ، هل بقي في ميدان النقل والسياحة موضع لم تتم أتمتته وتحوله إلى الأنماط التقنية .

إن العالم الذي يتجه إلى إحلال التقنية في كل ميدان من ميادين النشاط الإنساني،وبشكل رئيس، الخدمات الحيوية والخدمات التي تقدمها الدولة ، سيضع التجارة الالكترونية موضوعا على رأس موضوعات أجندة التطور والتنمية ، لهذا كله ، يعدو تجاهل التجارة الالكترونية أمرا غير متناسب مع

رغبتنا في التعامل مع الإفرازات الايجابية لعصر تقنية المعلومات وامتلاك وسائل مواجهة الآثار السلبية وإفرازات عصر العولمة .

**المراجع:**


1- إبراهيم نخال إسماعيل دار الثقافة 2005،أحكام التجارة الالكترونية .

2- كايل مايكل التغير المتواصل خوض غمار التنافس في عالم التجارة الالكترونية .

3- حجازي عبد الفتاح بيومي، مقدمة في التجارة الالكترونية.

4- الجنيهي منير محمد،قوانين لاونسيترال النموذجية في مجال التجارة الالكترونية ، دار الفكر الجامعي –القاهرة 2006.

5- العيسوي إبراهيم، التجارة الالكترونية ، المكتبة الأكاديمية القاهرة 2003.

6- رضوان رأفت، عالم التجارة الالكتروني، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة 1999.

7- عبد الخالق السيد احمد، التجارة الالكترونية و العولمة القاهرة منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية 2006.

8- عبد السلام إبراهيم، التجارة والإعمال الالكترونية، القاهرة منشورات 2006.